



# Confirmar la estrategia de muestreo

Esta lista de verificación es para las organizaciones que están recolectando los datos del PPI sobre la base del muestreo (por ejemplo, haciendo una encuesta de muestra, encuestar a un subgrupo de la población de clientes de la organización). Los administradores usan esta lista de verificación para hacer una evaluación sobre la marcha o un entrenamiento para refrescar los conocimientos con el personal de la organización que debe hacer la implementación del PPI. Su estrategia de muestreo, según lo detallado en su plan de implementación del PPI, tiene un efecto dominó significativo a lo largo de cada fase del ciclo de implementación. Una estrategia de muestreo sólida que incorpore tanto los requisitos técnicos (como el método de muestreo y el tamaño de la muestra) como de operación (como conseguir el personal, la logística y el control de calidad) tiene un efecto dominó positivo: proporciona datos que las organizaciones pueden usar para tomar decisiones de negocios importantes con un alto nivel de confianza.

## Notas

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 1. Revisar el método de muestreo (también llamado diseño de muestreo).

- ▶ Definir el razonamiento en que se basa el método de muestreo que está utilizando (por ejemplo, al azar, por grupo).
  - ¿Por qué está usando este método? ¿Cómo se corresponde este método con los objetivos de su plan de implementación? ¿Cómo le sirve este método para abordar las preguntas o las hipótesis declaradas en su plan de implementación?
  - ¿Cuáles son las consideraciones principales específicas para la organización que deberían tomarse en cuenta al usar este método?
  - ¿Cómo se asegura de que el método mitigue el error de muestreo?
- ▶ Definir la población que se está muestreando con el método de muestreo: todos los clientes nuevos, todos los clientes de una muestra representativa de las sucursales u oficinas de campo, una muestra representativa de todos los clientes o todos los clientes nuevos de una muestra representativa de oficinas o sucursales de campo, etc.
- ▶ Determinar la frecuencia con la cual se muestreará a la población: en la admisión del cliente, trimestralmente (u otro intervalo de tiempo fijo), cada vez que hay una interacción entre personal y clientes, etc.
- ▶ Lea *Selecting a Sampling Methodology for Social Indicators* (SEEP Network, 2009) para refrescar sus conocimientos sobre el muestreo.

## 2. Volver a revisar el tamaño de la muestra.

- ▶ El tamaño (número) de la población que está muestreando debe ser confiable estadísticamente, con un nivel de confianza definido. Use el calculador de tamaño de muestras de su PPI específico para determinar el tamaño de muestra mínimo con un nivel de confianza definido. Los calculadores específicos para cada país están en [www.povertyindex.org](http://www.povertyindex.org).

